UOT: 338.46

AZƏRBAYCANDA ELEKTRON TİCARƏTİN İNKİŞAFI VƏ ONUN QEYRİ-NEFT İXRACINA TƏSİRİ

S.İ.VƏLİYEVA
AKTN KTİETİ

Azərbaycanda 2017-ci ildə elektron pərakəndə ticarət dövriyyəsinin həcmi isə 2016-cı ilə nisbətən 1,8 dəfə artaraq 46,2 milyon manat təşkil etmişdir. Ümumilikdə götürdükdə ölkə üzrə elektron pərakəndə ticarətin artım sürəti yüksəkdir və 2012-ci illə müqayisədə 2017-ci ildə 29 dəfə artmışdır. Amma 2017-ci ilin məlumatları onu göstərir ki, pərakəndə ticarət dövriyyəsinin 0,13 faizi elektron pərakəndə ticarət dövriyyəsinin payına düşür və bunu artırmaq üçün böyük potensial var. Bu məqalədə də Azərbaycanda elektron pərakəndə ticarət dövriyyəsinin mövcud vəziyyəti və onun inkişafının qeyri-neft ixracına təsiri araşdırılır. Müəllif ölkədə elektron ticarətin inkişafındakı maneələrin aradan qaldırılması ilə bağlı təkliflər verir.

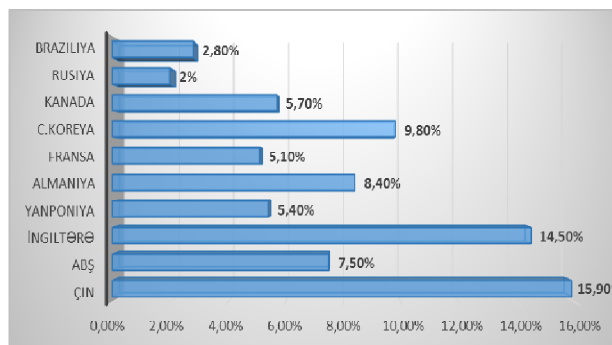
Açar sözlər: *elektron ticarət, qeyri-neft ixracı, pərakəndə ticarət dövriyyəsi, internet portalı, rəqəmsal ödənişlər*

"Elektron ticarət haqqında" Azərbaycan Respublikasının qanununa əsasən elektron ticarət - informasiya sistemlərindən istifadə edilməklə malların alqı-satqısı, xidmətlərin göstərilməsi və işlərin görülməsi üzrə həyata keçirilən fəaliyyət növüdür. 2005-ci ildə qəbul olunan bu qanun Azərbaycanda elektron ticarətin inkişafı üçün zəmin yaratmış və elektron pərakəndə ticarət dövriyyəsi 2012-ci illə müqayisədə 2017-ci ildə 29 dəfə artmışdır. Amma 2017-ci ilin məlumatları onu göstərir ki, pərakəndə ticarət dövriyyəsinin 0,13 faizi elektron pərakəndə ticarət dövriyyəsinin payına düşür. Bu isə inkişaf etmiş ölkələrlə müqayisədə çox aşağı göstəricidir. Bunun üçün də ölkədə elektron ticarət dövriyyəsini artırmaq üçün görülən tədbirlərin davamlılığı zəruridir. Artıq Azərbaycan hökuməti də iqtisadiyyatın rəqəmsallaşmasını və elektron ticarətin inkişafını prioritetləri sırasına daxil etmişdir. "Azərbaycan Respublikasında telekommunikasiya və informasiya texnologiyalarının inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi"ndə vurğulanır ki, pərakəndə satışdan xidmətlərə qədər müxtəlif sahələrdə elektron ticarət imkanını gücləndirəcəkdir(2).

Bu baxımdan Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2016-cı il 21 sentyabr tarixli Sərəncamına əsasən "www.azexport.az" internet portalının (9) və 2017-ci il 22 fevral tarixli Fərmanına əsasən "Azərbaycan Rəqəmsal Ticarət Qovşağı"nın yaradılması təqdirəlayiqdir. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2018-ci il 26 sentyabr tarixli Sərəncamı ilə təsdiq edilən "2018–2020-ci illərdə Azərbaycan Respublikasında rəqəmsal ödənişlərin genişləndirilməsi üzrə dövlət proqramı"nın da prioritetlərinin biri elektron ticatətlə bağlıdır. Hazırda Azərbaycanda elektron ticarətin inkişafı üçün qanunvericiliyin təkmilləşdirilməsi işinin davam etdirilməsi və mövcud problemlərin həlli aktuallıq daşıyır. Bizim tərəfimizdən aparılan bu araşdırma elektron ticarətin inkişafına mane olan problemlərin müəyyənləşdirilməsi və onların həlli yollarının tapılmasına, qeyri-neft ixracının artmasında elektron ticarətinin rolunun gücləndirilməsinə xidmət edir.

2. Dünyada elektron ticarətin mövcud vəziyyəti

Dünyada internet vasitəsilə alqı-satqı ötən əsrin 90-cı illərin ortalarına təsadüf etsədə bu sahənin inkişafı 2000-ci ildən sonra başlamışdır. Hazırda elektron ticarət özünün sürətli inkişaf dövrünü yaşayır. Məlumat üçün bildirək ki, 2015-ci ildə Çində pərakəndə ticarət dövriyyənin 10,1%, ABŞ-da 6,5%, İngiltərədə 13%, Alamaniyada 13%, Yaponiyada 4,9%, Fransada 4,6%, Cənubi Koreyada 9%, Kanadada 5,2%, Rusiyada isə 2,2% elektron ticarətin payına düşür.



Şəkil 1. Pərakəndə ticarət dövriyyəndə e-ticarətin payı

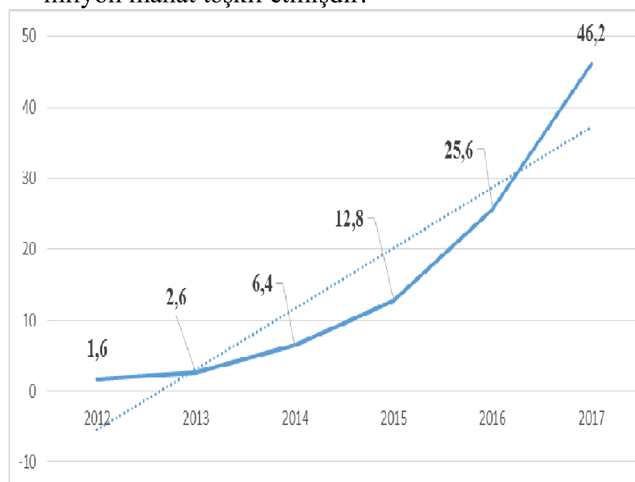
Bu ölkələrdə elektron ticarətdə ən çox satılan mallar əsasən elektronika, kitab, musiqi, ofis avadanlıqları, geyim, kosmetologiya malları, qida, video oyunlar, balaca ev alətləri, mebel və s.-dir.

Elektron ticarət sahəsində populyar saytlar Alibaba.com,Amazon.com,Walmart.com, eBay.com, Books.com, Coupang.com, www.zalora.com, Rakuten.com, www.costco.com və s.-dir. Hazırda Çin Xalq Respublikada dünyada elektron ticarətin inkişafı üzrə ön yeri tutur. 2015-ci ilin nəticələrinə görə illik *562* milyard dollar satış edilməkdədir. İllik təqribən 35% artım müşahidə olunur. Çinin Alibaba.com portalı bu ölkənin məhsulların xaricə ixracına da böyük töhfə verir.Amerika Birləşmiş Ştatları elektron ticarətin dövriyyəsinə görə Çinlə ilk yerləri bölüşür. 2015-ci ilin nəticələrinə görə elektron ticarətin dövriyyəsi *349* milyard dollar olmuşdur. İllik 15,7% artım müşahidə olunmuşdur. Elektron ticarət ümumi dövriyyənin 6,5%-ni təşkil etmişdir. Həmçinin Böyük Britaniya, Yaponiya, Almaniya, Fransa, Cənubi Koreya və Kanadada e-ticarət kifayət qədər inkişaf etmişdir. Hazırda Rusiyada və Türkiyədə e-ticarətin ümumi dövriyyəsində artım müşahidə olunur.

Burada onu da qeyd edək ki, Türkiyənin bir neçə ticarət portalı (trendyol.com, tozlu.com və s.) Azərbaycanda da populyardır. Bu portallar vasitəsi ilə Türkiyə istehsalı olan məhsullar Azərbaycan bazarına daxil olur.

3. Azərbaycan Respublikasında elektron ticarətin mövcud vəziyyəti

“Elektron ticarət haqqında” **A**zərbaycan Respublikasının qanunu 2005-ci il 10 may tarixində qəbul olunmuşdur. Həmin qanunun qəbulundan ötən 12 ildən artıq müddətdə Azərbaycanda elektron ticarət inkişaf etsədə gözlənilən səviyyəyə çatmamışdır. Belə ki, 2017-ci ildə ölkədə istehlakçılara 35,3 milyard manatlıq və ya 2016-cı illə müqayisədə 16,8 faiz çox məhsul satılmışdır. 2017-ci ildə elektron pərakəndə ticarət dövriyyəsinin həcmi isə 2016-cı ilə nisbətən 1,8 dəfə artaraq 46,2 milyon manat təşkil etmişdir.

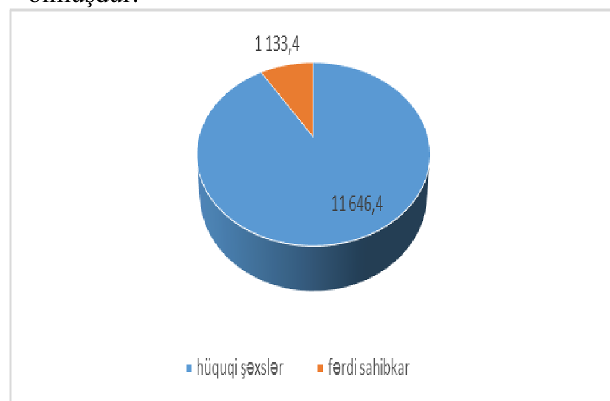


Şəkil 2.Elektron pərakəndə ticarət dövriyyəsi (milyon manatla)

Şəkil 2-dən də göründüyü kimi ölkə üzrə elektron pərakəndə ticarət artım sürəti yüksəkdir. Belə ki, üzrə elektron pərakəndə ticarət dövriyyəsi 2012-ci illə müqayisədə 2017-ci ildə 29 dəfə artmışdır. Amma 2017-ci ilin məlumatları onu göstərir ki, pərakəndə ticarət dövriyyəsinin 0,13 faizi elektron pərakəndə ticarət dövriyyəsinin payına düşür. Bu isə inkişaf etmiş ölkələrlə müqayisədə çox aşağı göstəricidir və ölkəmizdə elektron ticarətlə bağlı potensialın tam reallaşdırılması zəruridir.

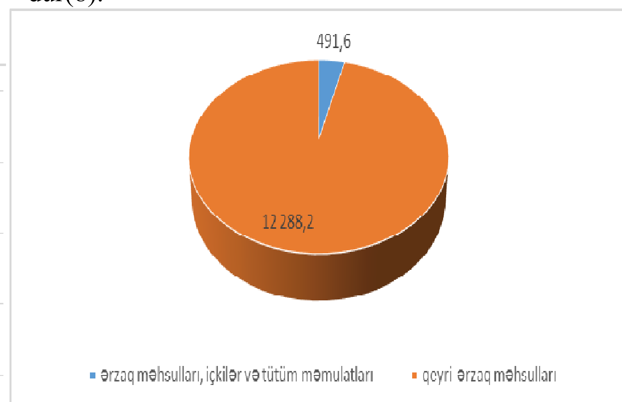
Ümumilikdə götürdükdə isə son illərdə ölkədə elektron ticarət sürətlə inkişaf edir və Azərbaycan BMT-nin Ticarət və İnkişaf Konfransının (UNCTAD) B2C elektron kommersiya indeksində 144 ölkə arasında 68-ci yerdədir(6).

Qeyd edək ki, elektron ticarət vasitəsi ilə əhalinin aldığı istehlak məhsullarının 91,1 faizi hüquqi şəxslərə, 8,9 faizi isə fərdi sahibkarlara məxsus olmuşdur.



Şəkil 3. 2015-ci ildə elektron pərakəndə ticarət dövriyyəsinın bölgüsü (min manatla)

Həmçinin elektron ticarət dövriyyəsinin 96,2 faizi qeyri-ərzaq məhsullarının payına düşmüş-dür(8).



Şəkil 4. 2015-ci ildə elektron pərakəndə ticarət dövriyyəsinın bölgüsü (min manatla)

Azərbaycanda elektron pərakəndə ticarət dövriyyəsinin zəif inkişaf etməsinin səbəbi isə müxtəlifdir. Belə ki, "Elektron ticarət haqqında”

qanunun qəbulundan ancaq 3 il sonra elektron ticarətə başlamaq mümkün olmuşdur. Gecikmənin əsas səbəblərindən biri isə internet üzərində ödəmə sisteminin olmaması idi. 2008-ci il dekabrın 2-də *"SilverKey Azərbaycan"* şirkəti Azərbaycanda ilk dəfə olaraq "Visa" və "MasterCard" tərəfindən xüsusi lisenziya almış "GoldenPay" adlı onlayn ödəmə sistemi qurmuşdur(7). Yalnız bundan sonra Azərbaycanda elektron ticarət inkişafa başlamışdır.

Hazırda Azərbaycanda az olsa da, texniki cəhətdən düzgün yaradılmış, gözəl dizayn edilmiş internet mağazalar var. Amma müştərilər bir çox saytlarda çatdırılma, ya da başqa problemlərlə üzləşir. Xüsusən də bəzən çatdırılma haqqı yüksək olur. Azərbaycanda sahibkarların böyük bir hissəsi isə nağd ticarəti üstün tuturlar və onlayn ticarətin onlara əlavə vergi öhdəliyi gətirəcəyi qənaətindədirlər. Buna görə elektron ticarətə maraq göstərmirlər. Xüsusən də xaric ölkələrdən Azərbaycanının elektron ticarət portalların vasitəsi ilə mal alamaqda problemlər yaşanır. Bu isə elektron ticarətin Azərbaycanın qeyri-neft ixracının artmasına töhfəsini azaldır.

Dövlət Statistika Komitəsi tərəfindən Azərbaycanda e-ticarətlə məşğul olan portalların tam statistikası aparılmır. Onun üçün də biz araşdırma zamanı biz e-ticarətlə məşğul olan portalların məlumatlarına da müraciət etdik.

Araşdırmamız göstərdi ki, elektron ticarətlə məşğul olan portallar arasında ciddi rəqabətin yaşanır. Ölkəmizdə yüzlərlə portal elektron ticarətlə məşğul olsada onların böyük hissəsi həvəskar səviyyəsindədir. Həmçinin Azərbaycanda elektron ticarətlə məşğul olan portalların təhlükəsizlik məsələləri ilə bağlı araşdırmamız zamanı isə aydın olmuşdur ki, onlayn ödəniş sistemində kartların təhlükəsizliyi demək olar eyni şəkildə qorunur. Portallar ödəniş zamanı qeyd ediblər ki, hər hansısa təhlükə zamanı cavabdehlik daşımırlar.

Hazırda ölkəmsizdə həllini gösləyən problemlərdən biri də xarici bank kartları il Azərbaycanın elektron ticarət portallarında ödəniş etməklə bağlı yaşanan çətinlikdir**.** Belə ki, xarici vətəndaşlar Azərbaycanın elektron mağazalardan məhsul sifariş verən zaman ödəniş etməkdə problemlələ qarşılaşırlar. Digər tərəfdən çatdırılma ilə bağlı problemlər də Azərbaycanda elektron ticarət vasitəsiylə ixracın inkişafını məhdudlaşdırır. Onun üçün yerli portallar əsasən daxili bazara yönəlmişlər. Ümid edirik ki, Strateji Yol Xəritəsinin icrası nəticəsində elektron ödənişlər üzrə qanunvericilik çərçivəsi gücləndiriləcək və bu sahədə problemlər həllini tapacaq(1).

5.Azərbaycanda elektron ticarətin inkişafı istiqamətində görülən tədbirlər və maneələr

Azərbaycanda elektron ticarətin inkişafı istiqamətində fəaliyyətin dərinləşdirlməsi yaxın gələcəkdə qeyri neft-ixracının artmasında rol oynaya bilər. Məlumat üçün qeyd edək ki, 2017-ci ildə Azərbaycandan 1 milyarda 536 milyon manatlıq qeyri–neft məhsulları ixrac edilmişdir(5). 2016-cı illə müqayisədə qeyri–neft məhsulları ixracı 24,4 faiz artmışdır. Şübhəsiz ki, strateji yol xəritələrinin (1; 2; 3) icrası qarşıdakı illərdə qeyri–neft məhsulları ixracının artmasına daha çox töhfə verəcəkdir. Hazırda ölkəmizin qeyri–neft məhsulları ixracının bir hissəsinin də elektron ticarət portalları vasitəsi ilə reallaşması aktuallıq daşıyır. Elektron ticarət portalları xüsusən kiçik sahibkarlara istehsal etdikləri məhsullarının ixracında böyük üstünlüklər saxlayır.

Bu baxımdan Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2016-cı il 21 sentyabr tarixli Sərəncamına əsasən yaradılan "www.azexport.az" internet portalı sahibkarların öz məhsullarını elektron ticarət kanalları ilə xarici və daxili bazarlara çıxarmasını asanlaşdırmışdır. Amazon, Alibaba kimi dünyanın məşhur satış şəbəkələri ilə inteqrasiya olunan veb-portal ölkədə elektron ticarətin inkişafına böyük təkan vermişdir. Bu portal sahibkarlara, xarici bazarlarda müştəri tapır, ixrac prosedurlarına dair məsləhət xidmətləri təqdim edir, bütün ixrac prosedurlarını o cümlədən gömrük bəyannaməsini "bir pəncərə" vasitəsilə onlayn qaydada həyata keçirməyə imkan yaradır və logistika dəstəyi təqdim edir. Bu portal həm elektron ticarətin inkişafına, həm də qeyri neft ixracının artmasına xidmət edir. Bir faktı qeyd edək ki, 2017-ci il ərzində Azexport.az portalına 475 milyon ABŞ dolları dəyərində ixrac sifarişi daxil olmuşdur. 2018-ci ilin 8 ayı ərzində Azexport.az portalına daxil olan ixrac safarişlərinin dəyəri **367 milyon** ABŞ dolları təşkil etmişdir. Sifarişləri məhsullar üzrə təhlil etdikdə aydın olmuşdurki, cari ilin avqust ayında ən çox ixrac sifarişi pambıq, fındıq ləpəsi, pambıq yağı, nar şirəsi, alma, çay, şərab, noxud, tütün, gübrələr, mühərrik yağı, un məmulatları, nar şərab, toyuq əti/file, kərpic və s. mallara daxil olmuşdur. Bu isə onu göstərir ki, ölkədə elektron ticarətin inkişafı həm daxili, həm də xarici bazarlda qeyri neft sektoruna aid malların satılması prosesinə təkan verəcəkdir.

Azərbaycan Respublikasında rəqəmsal ödənişlərin genişləndirilməsi üzrə dövlət proqramında nəzərdə tutulan tədbirlər həyata keçirilməsi Azərbaycanın qeyri-neft ixracını artırmaqla yanaşı, sahibkarlara məhsullarını elektron üsullarla da satmaq vərdişlərini formalaşdıracaq və bununla da rəqəmsal ekosistemi təkmilləşdirəcəkdir.

Ümumiyyətlə hesablamalar göstərir ki, Azərbaycanda pərakəndə satışlarda elektron ticarətin payı dünya trendinə əsasən təqribən 7% ola bilər. Bu hədəfə nail olmaq üçün də Dövlət Proqramı çərçivəsində elektron ticarət infrastrukturunun genişləndirilməsi, elektron ticarət platformaları üçün

minimal təhlükəsizlik tələblərinin müəyyən edilməsi istiqamətində iş aparılacaq(4).

Azərbaycanda elektron ticarətin inkişafı ilə bağlı problemləri aşağıdakı kimi qruplaşdıra bilərik:

- Ölkədə e-ticarətə inam azdır. KİV-də və sosial mediada e-ticarətlə bağlı əsasən mənfi yöndə təbliğat gedir. Satılan mallar keyfiyyətsiz olur, müştəriyə çatdırılmır və s. Bu yöndə dövlət dəstəyi ilə sistemli şəkildə təşkil olunan maarifləndirici kompaniyaya ehtiyac var.

-Bir çox saytda çatdırılma qiymətləri baha, müddəti uzundur. Elektron ticarət sahəsində mövcud olan problemlərdən biri də poçt məntəqələrində çatdırılmanın qiymətlərinin baha olması ilə əlaqədardır. Bəzən elə olur ki, çatdırılma xərci malın öz faktiki dəyərindən baha başa gəlir. Ölkədə elektron ticarətlə bağlı ən böyük problem, bölgələrə çatdırmaqla əlaqəlidir. Regionda yaşayan insanın nəsə sifariş verib, onu öz rayonunda götürməsi çox çətindir. Misal üçün, Bakı şəhərindən Qax rayonuna göndərilən bir məhsul 7-8 gün ərzində çatdırılır.

- Xarici bank kartlarının bizim saytlarda ödəniş etməkdə problemlər var. Azərbaycanda elektron ticarət vasitəsiylə ixracın inkişafına mane olan səbəblərdən biri də xarici bankların kartları vasitəsilə yerli elektron mağazalarda ödəniş sisteminin tətbiqdə problemlərin olmasıdır. Belə ki, xarici vətəndaşlar üçün bizim elektron mağazalardan məhsul sifariş verən zaman ödəniş etməkdə problemlə üzləşirlər. Bu isə Azərbaycanda elektron ticarət vasitəsiylə ixracın inkişafını sərhədləndirir.

- Qanuvericiliyin təkmilləşdirilməsinə ehtiyac var - Azərbaycanda "Ödəniş xidmətləri haqqında" Qanun layihəsi hazırlansada qəbulu uzanır. Həmçinin "Elektron ticarət haqında" qanunun da təkmilləşdirilməsi zəruridir.

- Elektron ticarətlə məşğul olan sahibkarlar arasında təşkilatlanma səviyyəsi aşağıdır - 2016-cı ildən etibar bu sahədə fəaliyyət göstərən sahibkarlar təşkilatlanma işinə başlayıblar və Elektron Ticarət İctimai Birliyi (ETİB) yaradılmışdır. Amma ümümilikdə elektron ticarətlə məşğul olan hüquqi şəxslər və fərdi sahibkarlar tam təşkilatlanmamışlar.

E-ticarətə başlamaq üçün informasiya qıtlığı mövcuddur – Hazırda onlayn e-ticarətlə məşğul olmaq istəyənlərə məsləhət vermək istiqamətində səylər var. Amma e-ticarətə başlamaq istəyən sahibkarlarla dəstək verilməsi istiqamətində ciddi fəaliyyətə ehtiyac var.

6.Nəticə və təkliflər

Apardığımız araşdırmanın nəticəsi göstərir ki, ölkədə elektron ticarətin inkişafı üçün böyük potensial var. Bu potensialın reallaşdırılması üçün isə e-ticarətin inkişafına mane olan problemlər həll edilməlidir. Azərbaycanda elektron ticarətin inkişafı üçün aşağıdakıları təklif edirik:

- 2005-ci il 10 may tarixində qəbul edilən "Elektron Ticarət haqqında" qanunun bu günün tələblərinə əsasən təkmilləşdirilməsi zəruridir (Ekspertlər 2014-cü ildə qəbul olunan Türkiyənin "Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun"u yaxşı nümunə kimi göstərirlər);
- elektron ticarət vasitəsiylə alınan malların ölkə daxilində və xaricə çatdırılma sistemi yaxşı işləmir. Bu sistem aşağı keyfiyyət, qeyri-peşəkarlıq, informasiya texnologiyalarının aşağı səviyyədə tətbiqi ilə xarakterizə olunur. Beynəlxalq göndərişlərin keyfiyyətinin artırılması və çatdırılma müddətinin qısaldılması məqsədiylə milli poçt operatorlarının özəl ekspress şirkətləri ilə əməkdaşlığı təmin olunmalıdır;
- elektron Ticarətin inkişafı üçün müddətli Vergi güzəştlərinin tətbiqi arzu olunandır (B.Ə.Ə.-yə və Gürcüstan təcrübəsinə baxmaq təklif edilir);
- xarici pul kisələrinin Azərbaycanda fəaliyyətinin qanunu statusunun müəyyən edilməsi və qarşılıqlı inteqrasiyanın təmin olmasına ehtiyac var. "Ödəniş xidmətləri haqqında" Qanun layihəsinin qəbulu vacibdir(12);
- onlayn kreditin əlçatan olması istiqamətində tədbir görülməlidir. E-ticarət mağazaları Bank Olmayan Kredit Təşkilatları üzərindən müştəriyə məhsulunu onlayn kredit olaraq sata bilmir. Bununla bağlı tədbirlər görülməlidir;
- nağdısız ödəmələrdə təşviqi artırmaq mütləqdir və bu sahədə iş aparılmalıdır(Bonuslar, Maarifləndirmə, Güzəştlər tətbiq edilməsi və s.);
- turistlərin və xaricilərin Azərbaycanın eTicarət saytlarına maraqlarını artırmaq üçün, onların eTicarət üzərindən alış-veriş edərkən "onlayn tax-free" sistemindən faydalanması üçün imkanların yaradılması təklif edilir;
- elektron ticarət və xidmətlərin təqdim olunması zamanı yaranan mübahisələrin sadələşdirilmiş Arbitraj sisteminin yaradılmasına ehtiyac var;
- offşor elektron ticarətin inkişafı üçün rüsumsuz gömrük saxlanc anbarlarının və logistik mərkəzlərin yaradılması təklifinə baxıla bilər;
- elektron ticarətin üstünlüyü ilə bağlı maarifləndirmə işi aparılmalıdır. Azərbaycanda sahibkarların böyük bir hissəsi nağd ticarəti üstün tuturlar və onlayn ticarətin onlara əlavə vergi öhdəliyi gətirəcəyi qənaətindədirlər. Buna görə elektron ticarətə maraq göstərmirlər. Onun üçün elektron ticarətin üstünlüyü ilə bağlı sahibkarlar arasında maarifləndirmə işi aparılmalıdır.

ƏDƏBİYYAT

1.“Azərbaycan Respublikasında maliyyə xidmətlərinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi”. 6 dekabr 2016-cı il. 2.“Azərbaycan Respublikasında telekommunikasiya və informasiya texnologiyalarının inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi”. 6 dekabr 2016-cı il. 3.“Azərbaycan Respublikasında logistika və ticarətin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi”. 6 dekabr 2016-cı il. 4."2018–2020-ci illərdə Azərbaycan Respublikasında rəqəmsal ödənişlərin genişləndirilməsi üzrə dövlət proqramı". 26 sentyabr 2018-ci il. 5.Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi. Azərbaycanın xarici ticarəti. Statistik məcmuə. Bakı: 2018, 218 s. http://www.mincom.gov.az/az/ (01.10.2018); http://goldenpay.az/default.html (27.09.2018); https://www.stat.gov.az; www.azexport.az (05.10.2018); www.alibaba.com (05.10.2018); www.amazon.com (05.10.2018); www.cbar.az

Развитие электронной торговли в Азербайджане и ее влияние на ненефтяной экспорт

С.И.Велиева

В 2017 году объем оборота электронной розничной торговли увеличился в 1,8 раза и составил 46,2 млн. манатов. В общем в стране наблюдаетсф высокий рост торговли. По сравнению с 2012 годов в 2017 году он возрос в 29 раз. Однако данные из 2017 показывают, что 0,13 процента оборота розничной торговли приходится на долю электронной розничной торговли, и для этого есть большой потенциал. В этой статье рассматривается текущее состояние электронного розничного товарооборота в Азербайджане и его влияние на ненефтяной экспорт. Автор дает рекомендации по устранению препятствий в развитии электронной торговли в стране.

Ключевые слова: *электронная торговля, не нефтяной экспорт, оборот розничной торговли, интернет-портал, цифровые платежи*

Development of electronic trade in Azerbaijan and its impact on non-oil export

S.I.Veliyeva

In 2017, the volume of electronic retail trade turnover increased by 1.8 times and amounted to 46.2 million manat.Generally, the country has a high growth rate of electronic retail trade and may rise by 29 times in 2017 compared to 2012. However, data from 2017 show that 0.13 percent of retail trade turnover accounts for the share of electronic retail trade and there is great potential for this. This article examines the current state of electronic retail trade turnover in Azerbaijan and its impact on non-oil exports.The author gives suggestions on eliminating obstacles in the development of e-commerce in the country.

Key words: *electronic trade, non-oil export, retail trade turnover, internet portal, digital payments*